

Tingkat Pengetahuan Pemirsa pada Isi Pesan Iklan Layanan Masyarakat TBC di Televisi

Juwito

Universitas Pembangunan Nasional (UPN) "Veteran" Jawa Timur

Abstract: The purpose of this research is to know level of knowledge society in Surabaya concerning content order society service advertisement about TBC in television. The variable of this Research is knowledge level by using scale of ordinal as measurement scale. This Research population is society of Surabaya beholder of television, while sample taken with method of multistage sampling random cluster. its Method data collecting to questioner and to know level knowledge of participant used by frequency distribution. Result of this research indicate that level knowledge of society most residing in category indicating that basically society have owned knowledge which pathological enough Tuberkulosis (TBC). after seeing society service advertisement in television knowledge of responder become more understanding and comprehending is pathological of Tuberkulosis, cause and how curing it. Conclusion and suggestion able to be taken away from this research is that level knowledge of society most residing at high category which indicate that because education level had by society of Surabaya assessed high enough so that can analyse various given information in around disease of Tuberkulosis (TBC), besides all the responder have owned good awareness about is important [of] him keep in good health ownself and also all family. Mount knowledge which is "high" indicating that basically society of Surabaya have owned knowledge which many is pathological of Tuberkulosis from various source of like when there is counselling performed by on duty local health.

Keywords: Knowledge, society, service advertisement, TBC

Iklan atau *advertising* dapat didefinisikan sebagai "any paid form of nonpersonal communication about an organization, product service, or idea by an identified sponsor" (setiap bentuk komunikasi non personal mengenai suatu organisasi, produk, servis atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui). Iklan juga merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini disebabkan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas. Iklan di media massa dapat digunakan untuk menciptakan citra merek dan daya tarik

simbolis bagi suatu perusahaan atau merek. Keuntungan lain dari iklan melalui media massa adalah kemampuannya menarik perhatian konsumen terutama produk yang iklannya populer atau sangat dikenal masyarakat (Morrisan, 2004:14-15).

Berdasarkan tujuannya, iklan terbagi atas iklan komersial dan iklan layanan masyarakat. Iklan komersial adalah iklan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi seperti peningkatan penjualan, sedangkan iklan layanan masyarakat digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi melainkan keuntungan sosial yaitu munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan serta mendapatkan citra baik di mata masyarakat (Kuswandi, Wawan, 1996).

Alamat Korespondensi:

Juwito, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jawa Timur Perum Sinar Medayu Selatan A/14 Medokan Ayu Rungkut Surabaya